

拓新

2018中国体博会

上海国家会展中心

2018.05.25—05.28



**2018中国
体博会**



体博会动态

- 02 永康推介会召开：2018 体博会“永康元素”将更为凸显
- 03 组团参展形成规模效应，金华有望组建 2018 体博会展商“集团军”
- 04 推进团体标准制定，按摩保健器材迈向“健康中国 2030”
- 05 羽毛球之乡：江山市体育用品企业如此“多娇”

体育用品标准化

- 06 全国体育用品标准化技术委员会换届大会在京举行，首批 7 项团体标准制定工作正式启动
- 08 《全民健身设施国家标准宣贯读物》编撰工作会顺利召开
- 09 《笼式足球围网设施安全 通用要求》等十七项体育国家标准发布

外事交流

- 11 为什么平昌冬奥会的举办，能为中国体育场馆行业带来进一步思考？
- 12 全球体育用品行业的未来趋势？
2017 世界体育用品制造商论坛或将给你答案

环球视野

- 14 欧洲与美国鞋类市场发展趋势
- 15 美国户外活动参与情况调查 (2017 年版)



会员风采

- 17 英派斯 A 股成功上市！成为健身器材行业第一股
- 18 三大经营秘诀与“三不”原则：会军体育的那种“极简主义”
- 19 重新定义跑步机：MINI WALK 彻底颠覆了健身器材行业的“三观”？



主办单位
中国体育用品业联合会

总 编
李 桦

主 编
罗 杰

副主编
温 嘉 侯秋玲

执行主编
崔衍衍

编辑记者
张曙光 罗依琳 何睦

美术设计
Jarrah

地 址
北京市东城区体育馆路 3 号

邮 编
100763

版权声明：本刊物仅供行业内部信息交流使用，概不对外发售。未经许可，禁止进行转载、摘编、复制以及建立镜像等任何使用。如需转载，请拨打投稿电话申请，并获得授权。

投稿信箱：
1007411920@qq.com

投稿电话：
010—67156227

永康推介会召开：2018 体博会“永康元素”将更为凸显

文 / 李峥



9月19日，2018中国国际体育用品博览会（以下简称“体博会”）组委会在浙江永康召开推介会。体博会运动休闲展区负责人李峥，网羽运动及武术搏击展区负责人董文渊，按摩及保健产品、全民健身室外器材及儿少运动游乐康复设备及服务展区负责人王蕾，健身器材及用品展区负责人王海滨，与来自永康的50余位轮滑鞋滑板车行业和健身器材的企业代表，共同分享了2018体博会的最新规划。

推介会上，各展区负责人围绕2018体博会展区规划、展位价格等参展商感兴趣的问题，进行了讲解。在随后的欢迎晚宴上，各展区负责人

还与与会企业进行了深度交流，进一步了解展商的参展需求和发展动向。

永康是我国体育用品发展的重要集群之一。近年来，永康市委、市政府高度重视体育产业发展，把体育产业作为永康的主导产业来打造，以创建“国家体育产业示范基地”为目标，加大政策扶持引导力度，结合赛事引领产业融合，切实推进体育产业转型升级。

过去几年间，永康体育用品制造业从滑板车生产起步，逐渐发展成有规模、有特色、有优势的大产业。数据显示，2015年，永康市体育产业相关企业1649家，规模以上企业增加到68家，实现工业总产值96.93

亿元、增加值23.65亿元，其占全部工业增加值比重为8.7%，占全市GDP比重为4.89%。毫不夸张地说，永康体育产业相关企业的工业增加值占GDP比重，已经达到了发达国家的领先水平。

此次永康推介会的召开，表明了体博会对于永康体育用品企业差异化需求的重视。此次推介会，不仅将吸引更多永康体育用品企业参展体博会，使2018体博会的“永康元素”更为凸显，还使组委会更加贴近行业，听取不同声音，更好地为众多展商提供优质服务。

组团参展形成规模效应，金华有望组建2018 体博会展商“集团军”

文 / 李峥 桑妮

9月19日上午，中国国际体育用品博览会运动休闲展区负责人李峥，球类、网羽运动及武术搏击展区负责人董文渊等一行，在浙江省金华市与金华市体育产业联合会进行了友好交流，到场的还有双超健身器材、永泰工贸、天鑫运动器材、高鑫工贸等6家中国体育用品业联合会会员单位的代表。

首先，金华市体育产业联合会介绍了该协会基本情况及业务开展的情况。金华市体育产业联合会成立于2013年11月，是浙江省继湖州、宁波之后，第三个成立体育产业联合会

的地级市，75家企业成为首批会员。有数据显示，早在2012年时，金华市从事体育产业的企业就达500多家，实现总产值约100亿元。特别是在金华，永康、东阳、武义等县市新兴了一大批专业生产运动器材的企业，体育产业已成为金华市的朝阳产业。

李峥介绍了中国体育用品业联合会的整体情况及2018体博会的相关政策，分别了解了各家企业生产情况，以及对参展体博会的需求和建议。李峥表示，多年来，金华体育用品企业与体博会一直联系密切，早在2013年北京举办的第31届体博会上，金华

市的参展商曾多达90多家，占展商总数的1/10以上，希望金华市的企业今后能够进一步加强与体博会的联系。

李峥的这一想法和金华市体育产业联合会不谋而合。双方在交流中提到，今后有望通过金华市体育产业联合会组织金华地区的企业组团参展，给予金华地区企业一些优惠的参展政策，达到双赢的目的。此外，双方还商谈了协会的合作事宜，旨在为更多来自金华、永康等地区的健身器材、轮滑滑板车类别企业，在加入中国体育用品业联合会后，提供更多的资讯和帮助。



推进团体标准制定，按摩保健器材 迈向“健康中国 2030”

文 / 王蕾

9月20日，刚刚结束2018体博会永康站推介会的中国体育用品业联合会调研团队，马不停蹄地赶往浙江省温州市，对当地诸多按摩保健器材类企业进行走访。下午，联合会调研人员走访了总部位于温州市平阳县的浙江豪中豪健康产品有限公司。

联合会调研人员首先与豪中豪总裁周国海进行了座谈，了解企业经营状况、发展愿景。据介绍，该公司是一家专业生产保健按摩器具的制造商，自成立以来一直跟随体博会参展，现已成长为一个坐拥三个厂区、千余员工、产品遍布150个国家和地区的上规模企业。

联合会调研人员介绍了协会业务范围，并重点讲解了国标委关于推动制造业团体标准的相关政策。目前，我国是全球按摩器具的研发和制造中心，也是全球最大的按摩椅出口国，得益于标准认证体系的不断完善，产业整体技术实力稳步提升。随着“大健康”理念逐渐深入人心，国内按摩器具市场规模正逐年上升，2016年已超过百亿元人民币，预计我国按摩椅市场规模在2020年，将超过220亿元。因此对国内企业而言，不断提升的产品质量十分重要，同时，打造品牌效也是企业成功的关键。

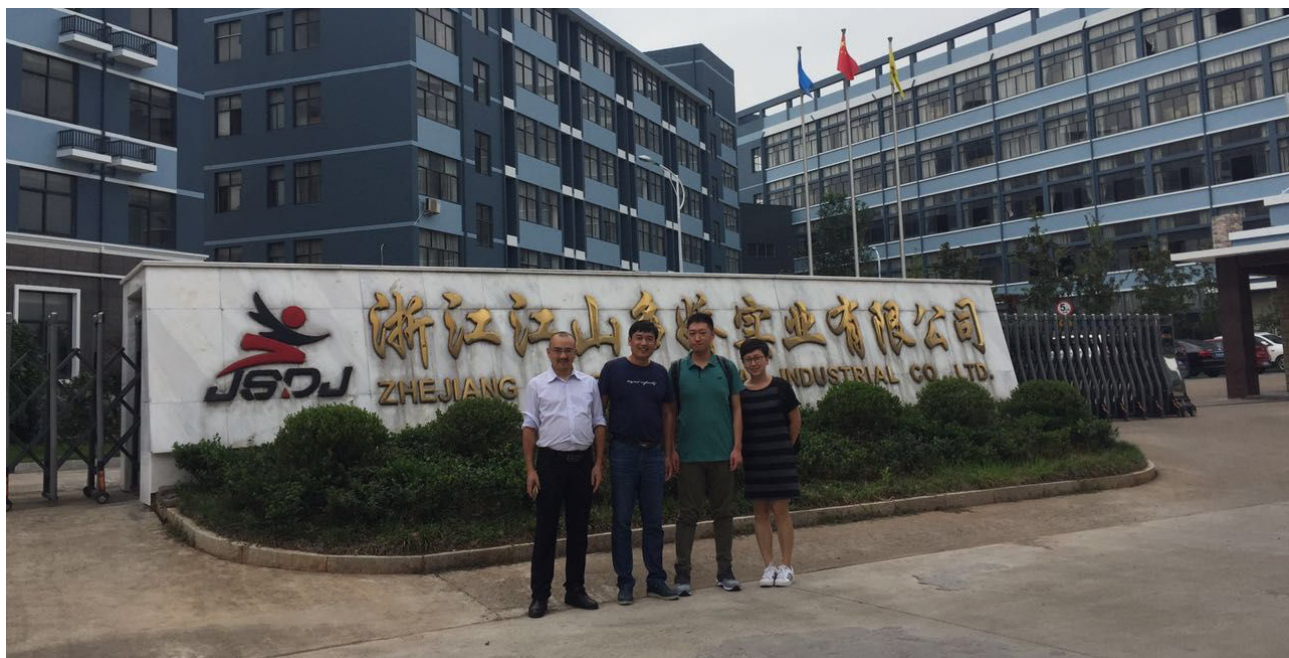
在豪中豪销售工程师刘时坚的陪同下，联合会调研人员参观了豪中豪电机车间、装配车间及检测中心实验室。豪中豪注重产品标准制定、产品检测，先后通过了

ISO9001: 2008质量管理体系认证、ISO13485: 2003医疗器械管理体系、QC080000: 2005有害物质过程管理体系、ISO10012: 2003测量管理体系认证（AAA级）以及美国FDA医疗器械质量管理体系FDAcGMP: 21CFR820QSR现场审核、省级“标准化AAA级企业”确认。产品技术达到国际先进水平，90%以上的产品通过UL、FCC、

ETL、CE、CB、EK、SON、RoHS、REACH、FDA等国际认证。

2016年《“健康中国2030”规划纲要》正式颁布，提出到2030年我国健康服务业市场总规模将达到16万亿元。中国体育用品业联合会对健身器材行业分类进行细化，邀请业内企业一同参与制造业团体标准制定，将有力推动健身产业升级。





羽毛球之乡：江山市体育用品企业如此“多娇”

文 / 董文渊

“江山如此多娇”，如此别具诗情画意的描述不仅仅在诗句中，也存在于欣欣向荣的体育产业中。

9月22日上午，中国体育用品业联合会调研团一行来到浙江省衢州江山市，走访了江山地区的羽毛球等体育用品生产企业。江山航宇文体、江山多娇等羽毛球行业企业与联合会调研员进行了座谈。

上午，联合会走访了江山航宇文体并参观了羽毛球的制作过程。创办于上个世纪90年代的江山市航宇文体用品有限公司，是全国羽毛球十大品牌，在国内拥有自己的羽毛球研发、生产和销售基地，专门制造中高档羽毛球。作为羽毛球行业的领军企业，江山航宇目前的销售格局以内销

为主，外销则以OEM为主。

据了解，航宇文体用品有限公司董事长周建军同时也担任着江山羽毛球产业协会会长，周建军根据参展体验对体博会提出了建设性意见。此次座谈，江山航宇特别邀请了江山体育局局长赵江平一同进行交流。赵江平表示，2017年，是航宇第一次参加体博会，今后，江山体育局将一如既往地支持体博会的工作，鼓励江山市当地企业参展体博会，“参加体博会不只是对企业的宣传，也是打响江山体育产业这张名片。江山不止是羽毛球产业集聚地，更拥有很多的跳绳企业，也可以作为体博会的招展重点。”

下午，联合会走访了江山多娇实业有限公司，并参观了江山多娇的新

工厂。据公司总经理吴伟荣介绍，江山多娇专业生产“江山燕”、“莱斯卡”、“耐美耐”等近十个品牌的羽毛球，内贸市场以义乌为依托辐射全国，外贸以自营品牌为主，远销韩国、日本、东南亚、美国、加拿大等国家和地区。江山多娇在国内的销售量仅次于航宇，企业主要以外销为主。外销自有品牌“江山燕”、“莱斯卡”，在韩国羽毛球销量前五位中占据两席。

联合会调研员在走访期间向江山市当地企业宣传了国标委关于推动制造业团体标准的相关政策。作为“全国羽毛球之乡”，江山航宇文体、江山多娇等羽毛球企业带动了当地体育产业蓬勃发展，协会鼓励羽毛球行业领军企业积极参与行业团体标准制定。

全国体育用品标准化技术委员会换届大会在京举行，首批 7 项团体标准制定工作正式启动



9月29日，由全国体育用品标准化技术委员会（以下简称“标委会”）、中国体育用品业联合会主办的全国体育用品标准化技术委员会换届大会暨第二届委员会第一次会议，在北京天坛饭店举行。全国体育用品标准化技术委员会完成换届工作。换届会上，中国体育用品业联合会秘书长罗杰在总结上一届工作情况的基础上，对第二届全国体育用品标准化技术委员会的工作进行了规划和展望。会上，中国体育用品业联合会正式批准并启动了第一批 7 项团体标准的制定工作。国家标准化管理委员会服务业部副主任孙维、国家体育总局经济司副司长彭维勇等相关领导，出席了此次大会。会议由中国体育用品业联合会副秘书长温嘉主持。

为了进一步吸收行业发展骨干力量，努力扩大标准化工作的影响力，标委会在 2017 年 1 月就启动换届流程，并于 7 月收到了国家标准委关于标委会换届及组成方案的复函。29 日上午，国家标准化管理委员会领导宣读换届批

复文件，并向新任委员和观察员颁发证书，宣告全国体育用品标准化技术委员会正式完成换届，第二届全国体育用品标准化技术委员会正式成立。

全国体育用品标准化技术委员会副主任委员、泰山集团董事长卞志良代表全体标委会新任委员，在大会上发言并表态，作为新一届标委会成员，未来要坚定信心，克服困难，抢抓机遇，积极参与国际标准的制定，在全国体育用品标准化技术委员会的领导和推动下，为体育产业和健康事业做出更大的贡献。

本届大会上，中国体育用品业联合会还正式批准并启动了包括瑜伽垫、体育用拼装地板、PVC 运动地胶安全规范、家用体育设施—移动弹性和压强训练设备安全测试要求、智慧化健身场所、冰球头盔、仿真冰场通用技术文要求和试验方法等在内的第一批 7 项团体标准的制定工作。正式启动团体标准的制定工作，标志着体育用品标准化体系建设迈进市场化探索的新阶段。

国家标准委服务业标准部副主任孙

维致辞，她希望新一届标委会在主任委员的带领下，发挥好行业平台优势，围绕“大健康”、“大体育”，通过标准化工作，助力行业发展，助推体育用品产业提质升级。

国家体育总局经济司副司长彭维勇在会上指出，当前在标准化改革的大形势下，标准作为产品质量提升的“牛鼻子”，已经成为了社会各界的共识。近期，国家标准委批准发布了百余项国家标准，其中就包括了 18 项体育类国家标准，这是一次性发布体育领域国家标准最多的一次。这些标准将全方位支撑全民健身国家战略和体育产业的发展。彭维勇还表示，中国体育用品业联合会开始启动团体标准的立项工作，目的就是在行业内部探索出一个符合市场需求，能够引领企业技术发展的标准机制，让业内龙头企业在标准和技术方面发挥带头作用，促进整个行业的进步。而全国体育用品标准化技术委员会，则为体育用品标准化工作的科学开展，搭建了一个很好的平台。

中国体育用品业联合会秘书长罗杰在总结第一届全国体育用品标准化技术委员会工作开展情况时指出，自 2007 年成立以来，标委会始终按照《中华人民共和国标准化法》的规定，以落实服务于国务院颁布的《全民健身条例》为工作宗旨，积极主动地与国标委、其他行业部门、标准化技术委员会等多部门进行沟通交流，及时交换意见，尽快解决分歧，初步完成了体育用品标准体系框架图和体系表，并先后组织完成制修订国家标准、行业标准 27 项，其中国家标准 25 项，行业标准 2 项，强制性国家 3 项，推荐性国家标准 22 项。与此同时，自 2011 年起，标委会积极

参与 ASTM 和 ISO/TC 83 的有关国际标准化活动,其中,2014 年标委会向 ISO/TC 83 提交了《武术剑》、《太极服》两项国际标准提案得到了立项。

“虽然取得了一定的成绩,我国体育用品标准化工作也面临着标准整体水平不高,与技术创新、行业发展、经济发展脱节,标准信息平台建设迟缓等问题,这一定程度阻碍了体育用品标准体系的建设。”罗杰坦言。

为了解决上述问题,进一步推动我国体育用品标准化建设发展,第二届标委会将继续围绕习近平总书记系列重要讲话精神,立足“五位一体”总体布局和“四个全面”战略布局,完善体育用品标准化工作机制,优化体育用品标准体系结构,在国家标准化改革的大背景下,增强标准化为体育用品行业和体育产业服务能力,提升体育用品类国家标准、行业标准水平,为我国体育产业创新发展、绿色发展、共享发展,提供坚实的技术支撑。

“十三五”时期,体育用品标准化工作的主要目标是到 2020 年,以国家标准为引领,行业标准、团体标准为支柱,建成立支撑体育用品管理、产品、服务三方面的标准体系。在管理、服务、安全通用方面制修订 20 余项国家标准,主持研发以产品标准为导向的团体标准 20-30 项。标准制修订工作将力求以满足市场需求为出发点,推动体育用品制造业与体育事业的有机融合,促进科技成果转化成为着力点,促进体育用品业的繁荣。为此,罗杰在大会上公布了第二届全国体育用品标准化技术委员会六方面的工作规划:

第一,强强联合,做实体育用品标准。加强与相关技术委员会、北京市体育局、北京市标准化研究院、体育用品联合会专业委员会及总局各中心等部门合作,做好体育用品和服务的团体标准和行业标准的制订工作,并通过与中国消费者协会、国家质检总局以及相关质检机构合作,推动体育用品标准的实施。结合行业发展需要,加强标准的制修订

工作,并落实标准的宣贯工作。

第二,真抓实干,夯实标准体系的构建及宣贯。结合行业发展需要加强标准的制修订工作,分阶段开展《体育用人工草人造草》、《室外健身器材》等国家标准的制修订工作,增加安全性能和使用特性等技术指标,以保障使用者的安全和生产检验的可操作性,推动体育用品标准从单一的“产品标准”走向整体的“服务标准”。落实标准的宣贯工作,组织行业专家编制通俗易懂、严谨详实的标准宣贯教材,并通过在多地举办培训、宣讲等形式,切实推动标准的落地和产生实效性,使标准真正成为激发行业活力、反哺行业的内生动力。

第三,互联互通,加强与国际标准组织的合作与交流。将通过与 ISO/TC83 运动和休闲器材设施委员会和 ISO/TC83/SC6 休闲器材设施委员会、美国 ASTM 标准化委员会等国际标准化组织保持交流和合作,定期参与其年会,并对相关提案提出意见等形式推动体育用品国际化的国际合作。力争在一定范围内将符合国内产业需要的一部分体育用品国际标准转换成我国标准;与莱茵、天祥以及 UL 等国际检验机构拓展合作领域,开展体育用品国际认可工作;继续参与武术太极剑等国际标准制订工作。

第四,立足产业,启动体育用品团体标准工作。进一步加强技术委员会管理,合理规划技术委员会组织架构,建立长效工作机制,努力创建中体联团体标准知名品牌。同时,中国体育用品业联合会将与下属的各专业技术委员会、国家体育总局各运动项目中心、冰雪运

动俱乐部、滑雪场所等部门合作,开展全民健身运动中目前市场急需的运动器材、运动装备类产品团体标准的制订工作,并结合 2022 年冬奥会整体部署,开展冰雪运动需要的各类器材、装备、设施以及服务与管理类标准的制订。

第五,放眼行业,为体育用品企业提供技术咨询及服务。以调查问卷、走访、座谈等方式对体育用品生产企业、科研、管理等部门开展体育用品标准化需求及科研需求调研工作,掌握权威一手数据。根据调研结果,整理今后一段时期的国家标准、行业标准、团体标准的制修订目录。在每年的体博会上邀请业内外专家举行论谈或技术讲座,推动新技术和新型材料在行业中的推广与应用,探索体育用品行业新型技术服务模式。

第六,评优推先,开展体育用品行业标准示范工作的评选活动。依据国家标准委发布的“标准化良好行为”规定要求,对体育用品标准化工作开展较好的企业,给予颁奖;每两年评选一次先进标准化工作者,鼓励更多的专业技术人员参与到体育用品行业标准化技术工作中;对在科技领域取得重大成果并转化为标准的企业,在联合会的中国体育用品信息专刊转载;邀请标准化工作先进单位代表及技术人员参与国际标准组织行业交流,扩大企业影响力。

另悉,在 29 日下午进行的第二届全国体育用品标准化技术委员会第一次工作会议上,标委会研讨了标委会章程和工作规划,审议并通过了全国体育用品标准化技术委员会工作细则,并详细讲解了标委会标准立项及报批工作程序。



《全民健身设施国家标准宣贯读物》 编撰工作会顺利召开

文 / 李环宇

由中国体育用品业联合会、全国体育用品标准化技术委员会组织的《全民健身设施国家标准宣贯读物》编撰工作会，于2017年8月30日-31日在北京召开。来自中国标准出版社、青岛英派斯健康科技有限公司、深圳市好家庭实业有限公司等11家企业及机构的20余名专家，参加了本次会议。会议由中国体育用品业联合会科技标准部主任张小晶主持，中国体育用品业联合会副秘书长温嘉做了讲话。

会上，温嘉副秘书长指出，当前为了落实全民健身的国家战略出台了一系列政策和措施，全民健身设施标准化工作面临着良好的政策环境。标准化工作作为联合会的一项重要工作内容，其参与企业的广泛性、平台的开放性、宣传工作的时效性，能够确保标准和规范落地，并产生实效。标准的宣传工作是标准实施的最有利的工作手段之一，因此，全民健身设施国家标准宣贯教材的编制，要坚持高标准、严要求，确保11月份全民健身设施国家标准宣贯工作的顺利开展，保质保量按时完成任务。

温嘉还指出，全国体育用品标准化技术委员会将在9月中下旬召开换届会，标委会的重要工作领域将由产品标准向服务标准扩展，联合会也将大力推动团体标准的制定工作，希望与会专家进一步配合并参与到联合会的标准化工作中来。

中国体育用品业联合会科技标准部张小晶主任就全民健身设施国家标准

宣贯教材的体例要求、附录包含的内容等进行了说明。与会企业和机构代表根据2017年1月青岛会议的撰写分组安排，就各部分教材草稿进行了研讨。经过两天的讨论，与会工作组专家就四项标准宣贯教材的细节进行了修改。最终形成以下四大一致意见：

一，《公共体育设施 室外健身设施应用场所安全要求》部分宣贯读物将完善参考文献，并对其中4.1.4和4.1.5条款解读部分进行修改；

二，《公共体育设施 室外健身设施的配置与管理》部分宣贯读物将调整四个室外健身设施配置案列，并完善编制说明中编制的目的和意义；

三，《健身器材和健身场所安全标志和标签》部分宣贯读物中部分图片将根据需要重新处理；

四，将《笼式足球场围网设施安全 通用要求》宣贯读物第四部分标准条款解释和第五部分实验方法合为一章，并对部分和标准不相关的实验方法进行调整。

根据会议要求，将在9月上旬完成对四项标准的宣贯教材草案稿的最终调整，印刷出版。

据悉，本次编撰的宣贯教材涉及到的四项国家标准将于近期由国家标准化管理委员会批准发布。



《笼式足球围网设施安全 通用要求》 等十七项体育国家标准发布

文 / 李环宇

为助推全民健身工作发展，助力体育强国建设，9月7日，国家标准化管理委员会正式发布了2017年第22号国家标准公告。批准发布的数百项国家标准中，包括了17项体育国家标准，涉及全民健身场地设施、公共体育设施安全、健身产业和健身场馆服务评价等方面。

17项标准的发布，为全民健身工程的顺利实施提供了重要的基础保障和技术支撑，将有助于全民健身活动场地设施建设和管理服务的规范和指导，有助于完善全民健身活动场地设

施规划建设和管理服务的顶层设计。

本次发布的17项体育国家标准中，《笼式足球围网设施安全 通用要求》、《健身运动安全指南》、《拳击台技术与安全要求》、《公共体育设施室外健身设施应用场所安全要求》、《公共体育设施 室外健身设施的配置与管理》、《健身器材和健身场所安全标志和标签》六项标准由全国体育用品标准化技术委员会组织编写。

为切实推动标准的落地和实效性，近日，中国体育用品业联合会、全国体育用品标准化技术委员会组织召开

了《全民健身设施国家标准宣贯读物》编撰工作会。来自中国标准出版社、青岛英派斯健康科技有限公司、深圳市好家庭实业有限公司等11家企业及机构的20余名专家参加了会议。

会议要求全民健身设施国家标准宣贯教材的编制要坚持高标准、严要求、精雕细刻、精益求精，力争使标准条款更为通俗易懂，为确保11月份全民健身设施国家标准宣贯工作的顺利开展，保质保量按时完成任务。

国家标准化管理委员会 2017年第22号 国家标准公告中发布的体育国家标准清单			
序号	国家标准编号	国家标准名称	实施日期
1	GB/T 18266.3-2017	体育场所等级的划分第3部分： 游泳场馆星级划分及评定	2018-04-0
2	GB/T 22517.4-2017	体育场地使用要求及检验方法 第4部分：合成面层篮球场地	2018-04-01
3	GB/T 34279-2017	笼式足球场围网设施安全通用要求	2018-04-01
4	GB/T 34280-2017	全民健身活动中心管理服务要求	2018-04-01
5	GB/T 34281-2017	全民健身活动中心分类配置要求	2018-04-01
6	GB/T 34284-2017	公共体育设施室外健身设施应 用场所安全要求	2018-04-01



序号	国家标准编号	国家标准名称	实施日期
7	GB/T 34285-2017	健身运动安全指南	2018-04-01
8	GB/T 34288-2017	拳击台技术与安装要求	2018-04-01
9	GB/T 34289-2017	健身器材和健身场所安全标志和标签	2018-04-01
10	GB/T 34290-2017	公共体育设施室外健身设施的配置与管理	2018-04-01
11	GB/T 34308.1-2017	体育信息分类与代码第 1 部分： 分类编码导则	2018-04-01
12	GB/T 34308.2-2017	体育信息分类与代码第 2 部分： 运动竞赛赛事代码	2018-04-01
13	GB/T 34308.3-2017	体育信息分类与代码第 3 部分： 运动生理生化与营养指标代码	2018-04-01
14	GB/T 34308.4-2017	体育信息分类与代码第 4 部分： 运动医学指标代码	2018-04-01
15	GB/T 34310-2017	运动竞赛场所基本术语	2018-04-01
16	GB/T 34311-2017	体育场所开放条件与技术要求总则	2018-04-01
17	GB/T 34290-2017	龙狮器材使用要求	2018-04-01

为什么平昌冬奥会的举办， 能为中国体育场馆行业带来进一步思考？

文 / 桑妮



9月6日下午，韩国体育振兴公团（KSPO）体育产业支援中心体育科研院院长 Euidong Yoo 先生、产业技术推广部经理 Jong-hun Lee 先生、Nexnine 公司代表 Rei Kim 女士一行到达北京，对中国体育用品业联合会进行交流访问。中国体育用品业联合会副秘书长温嘉，体博会场馆设施营造及地坪、海外展商展区负责人郭超，球类、网羽运动及武术搏击展区负责人董文渊会见韩国展团一行，双方就体博会参展情况及中韩体育用品行业的发展前景，进行了友好交流。

温嘉首先介绍了中国体育用品业联合会与体博会的历史与现状。温嘉表示，非常欢迎 KSPO 及 Nexnine 公司前来访问，希望双方在行业及展会资源方面深入对接，期待更多韩国企业前来中国参展，对此联合会方面也将提供更多参展便利和政策支持。事实上，在 2017 体博会上，KSPO 开设了韩

国展团的区域，引导并支持 11 家韩国企业前来参展，帮助韩国国内中小体育用品企业开拓海外市场销路。温嘉希望 KSPO 能在 2018 体博会上带来更多新的企业类别参展，扩大韩国展团规模。

温嘉同时表示，由于 2018 体博会的举办时间在 2018 平昌冬奥会之后，因此关于大型体育场馆的赛后运营和管理，韩国方面将有很多值得分享的经验。届时希望 KSPO 方面能帮忙邀请韩方的场馆运营专家，前来上海参加 2018 体博会期间举办的中国体育场馆发展论坛，介绍韩国经验，共同探讨大型体育场馆的运营之道。

韩国体育振兴公团代表也介绍了相关情况。据了解，韩国体育振兴公团成立于 1989 年，与国家体育总局体育科学研究所一直保持着友好交流的关系。韩国方面表示，支持韩国企业参加体博会这样的全球知名体育用品展会，这有利于扩大韩国体育用品企业的出口

规模，以增强企业的海外营销能力。参加体博会是韩企业进军中国市场的桥头堡，韩国体育振兴公团愿通过申请政府补贴、统一邀请展商等形式，增进与中国体育用品业联合会的全方位合作。

韩方代表对 2014 年 10 月中国国务院出台的“体育产业 46 号文”非常感兴趣，希望进一步了解中国体育产业政策，有针对性地扶持韩国本土制造企业，将更多优质的产品提供给中国的消费者。韩方代表希望也能邀请一位中国的业内专家，在今年 10 月份前往韩国参加体育产业论坛，解读中国体育产业的政策和环境。

此次交流，增进了中国体育用品业联合会和 KSPO 双方的了解，在行业、企业资源方面进一步对接，达成了下一步互相访问的合作意向。借力 2018 韩国平昌冬奥会的良好契机，中韩体育产业交流必将再上新台阶。

全球体育用品行业的未来趋势？ 2017 世界体育用品制造商论坛或将给你答案

文 / 里克



11月14日至15日，由世界体育用品业联合会（WFSGI）主办，主题为“数字化和自动化——通往未来的商业之路”的2017世界体育用品制造商论坛将盛大开启。在陆续走过莱比锡、香港、台北等多个城市后，始创于2013年的制造商论坛今年将落户德国慕尼黑。

世界体育用品制造商论坛围绕产业可持续性和革新两大话题而打造的全球体育用品制造业高端论坛，旨在促进体育用品制造业与其他行业跨行业融合和交流，推动行业的技术进步和商业革新。过往几届论坛中，来自全球的顶级智慧就新材料、自动化、数字化、机器人、能源管理、供应链管理等诸多议题进行了思考与讨论，推动了体育用品行业的融合发展进程。

今年的制造商论坛邀请了包括世界体育用品联合会主席 Robbert de Kock、汉诺威大学自动化研究所主

任博士生导师 Prof. Dr. Ing. Sami Haddadin、美国辛辛那提大学教授 Prof. Jay Lee、以及西门子公司、机器人缝纫公司等各个领域的跨行业专家领袖和企业组织代表就自动化、数字化 / 区块链 / 颠覆性技术、创新、电子产品贸易展跨行业交流等多个行业关注的尖端问题进行深入探讨和讨论。与会者不仅可以在论坛期间聆听行业发展的最新成果和思考，还可在问答环节与嘉宾进行互动交流。

本届论坛为期两天。首日焦点议题定为自动化。来自西门子和机器人缝纫两家公司的代表，将分别就自动化对数字企业的价值和如何重构服装服装供应链，以实现缝纫完全的自动化发表主题演讲。同时，Prof. Dr. Ing. Sami Haddadin，还将同与会者分享其关于数字世界中机器人和人类关系与异同的思考。

此外，关于电子产品贸易的议题，

也将是首日论坛的亮点——慕尼黑展览中心总经理 Falk Senger 将介绍为电子产品贸易展量身定制的观展路线；另一方面，论坛还设置了围绕电子产品贸易展的圆桌会议，以讨论 SGI 可以应用于哪些领域。

论坛的第二天，则将目光转向数字化和人工智能。Prof. Jay Lee 将进行主旨演讲，讨论应用大数据分析 and 人工智能的系统化方法等尖端技术，如何与体育产业紧密关联。与此同时，圆桌会议的议题也将于数字化在体育产业中的应用息息相关。

值得一提的是，本届论坛主办方特地邀请了重量级嘉宾，展望未来的车间会是怎样的形态、未来的工作将会以怎样的方式呈现，以及日益复杂的劳动力管理该如何实现等话题——这势必将引领行业思考未来行业发展方向。



背景链接

时间：2017 年 11 月 14-15 日

地点：德国慕尼黑新贸易中心 Messegel · nde D-81823 München

主题：数字化和自动化——通往未来的商业之路

活动详情及报名网址：<http://www.wfsgi.org/projects/world-manufacturers-forum>

目标群体：全球体育用品公司高管（纺织品 / 服装，鞋类、配件、自行车、零售商）、首席执行官、首席运营官、采购、优秀管理人员和客户关系企业社会责任经理

发言嘉宾：

——汉诺威大学 自动化研究所主任 博士生导师 Prof. Dr. Ing. Sami Haddadin

——美国辛辛那提大学 教授 Prof. Jay Lee

——有机印刷电子协会 董事总经理 Dr. Klaus Hecker,

——西门子数字化工厂（演讲人待定）

——机器人缝纫公司 董事长兼总裁 Rajan Palaniswamy

——GT Nexus（全球最大电子商务平台）（关于颠覆性技术的未来研讨会）主席 Kurt Cavano

——世界就业联盟 总经理 Denis Pennel

——慕尼黑展览中心 总经理 Falk Senger

主持：香港纺织及成衣研究所 首席执行官 Edwin Keh

参加人数：论坛限定 200 人参加

注册费用：每人 1400 瑞士法郎，5 人团 1260/ 人，10 人团 1120/ 人；

WFSGI 会员 1000 瑞士法郎，5 人团 900 瑞士法郎 / 人，10 人团 800 瑞士法郎 / 人；此费用含 2 次午餐和 1 次晚餐，参观电子产品贸易展（Productronia），并与展商见面

住宿：参加论坛的嘉宾，可以通过电子产品贸易展的酒店预订平台预订酒店 --TRADEFairs

电话：+49 69 95883616

传真：+49 69 95881913

网址：http://www.messe-muenchen-hotels.de/?LNG=2&NVID=I_13

欧洲与美国鞋类市场发展趋势



研究机构 Transparency Market Research 最近一份调查报告显示, 2017–2025 年全球鞋类市场年均复合增长率有望达到 3%。Transparency Market Research 作为多客户、定制化研究以及咨询服务提供商, 在考虑到货币增长的因素下, 预计到 2025 年, 全球鞋类市场的销售额将从 2016 年的 2157.1 亿美元增至 2788.6 亿美元。全球鞋类市场的领头羊将仍会是 Nike, 紧随其后的是 Adidas、Puma、New Balance 和 Asics。Transparency Market Research 首席分析师表示: “拓展产品类别以及渗透向新市场是鞋类市场增长的关键因素。” 相比过去, 现在鞋类商品更多的被看作时尚配饰, 不仅如此, 所有年龄段的人群对时尚而舒适的鞋履的需求不断增长, 这是推动全球鞋类市场的关键因素。随着越来越多的人参与体育活动和树立健康生活方式, 非专业运动人员对运动鞋的需求也大增。

另据研究机构 Euromonitor 的调查, 欧洲与美国鞋类市场也都是以

运动类商品为主, 因此, 这种以运动风、健康风的潮流应该会维持到 2018 年。运动休闲风、健康生活方式、电商兴起、3D 打印和定制服务、缩短设计和生产周期等因素推动全球鞋类销售额增长。

随着运动休闲风的盛行, 消费者们也开始对那些设计带有运动感的鞋类产品产生兴趣, 从而也有了越来越多运动休闲风的鞋类商品问世, 促进了整个鞋类产业的销售。

英国 2016 年的所有种类的鞋类销售额同比增长了 6.2%, 达到 144 亿美元。虽然增长幅度远高于服装类商品的销售, 但是却是过去三年中增长率最低的一年。

研究机构 Mintel 的调查显示, 相比高跟鞋, 英国女性消费者更倾向于购买训练用运动鞋, 购买高跟鞋的女性跟购买运动鞋的女性的比例分别是 33% 和 37%。

2016 年美国鞋类商品总销售额增长了 2.8%, 达到 766 亿美元。

Vivarte 在法国鞋类市场的占有率最高, 达到了 11%。Nike 和 Adidas 则分别只有 7%, 但是这两个品牌在 2016 年的法国市场增长率都创历史新高。

德国本土品牌 Deichmann 获得了本国最高的市场占有率, 达到 13.1%, Nike 紧随其后, 达到 5.7%, 而 Adidas 则位列第四, 达 5.0%。

2016 年 Nike 全球鞋类产品营收同比增长 15%; 2016 年 Puma 鞋类商品总销售额同比增长 12.6%; 据 Adidas 公司 CEO Kasper Rorsted 称, Adidas 2017 年第一季度的鞋类总销量依然保持强劲的增长势头; 英国运动时尚和户外产品零售商 JD

Sports Fashion 2016 年的总营收上涨了 31%, 其中鞋类商品仍旧是最高增长的一块分支。

智能运动鞋

这是一个新的运动鞋风口, 鞋类制造商都在关注这个未来的新分支。

Under Armour 在 2017 年 2 月份首次推出了其第一双智能运动鞋。运动鞋本身可以帮助监测个人的运动数据, 包括肌肉疲劳程度等。Under Armour 打算在未来 1–2 年时间内推出多款智能鞋, 价格在 140–160 美元不等。

Nike 最近推出了一款自动系带的智能鞋, 这双智能鞋会根据压力传感器监测的结果提供最舒适的鞋带松紧度。

3D 打印与个性化定制服务

包括 Nike、Under Armour 以及 New Balance 在内的主要鞋类制造商都在致力于推出个人定制化服务, 3D 打印则可以高效的完成个性化定制服务。

一般来说, 从最初设计到最后的成品, 一款鞋的制作一般需要 9–18 个月的时间, 而 3D 打印技术则可以帮助缩短整个流程至 3–6 个月。

Adidas 已经在德国和美国建成了自己的 3D 打印工厂 “SpeedFactories”, 虽然公司并没有说 3D 打印的鞋款售价是多少, 但是至少 Adidas 会将 3D 打印的鞋款定位为 “高端” 商品。Adidas 希望 2017 年底可以销售 5000 双 3D 打印鞋, 2018 年达到 10 万双。

(来源: funglobalretailtech.com 张曙光 编译)



美国户外活动参与情况调查(2017 年版)

根据美国户外基金会公布的《美国户外活动参与情况调查(2017 年版)》，2016 年，在 6 岁及以上的美国人中，约 48.6% 的人，即大约 1.444 亿美国人，至少参与了一次户外活动，户外活动次数总计达到 110 亿次，平均每人每年户外活动 76.5 次。2016 年美国户外参与人数比 2015 年增长 200 万人，参与率和参与人数均小幅增长。

据该报告，户外运动中，跑步、慢跑和小径跑步仍然是最受欢迎的运动方式，小轮车运动参与人数增长最多，最近 3 年站立式滑雪运动参与人数增长最快，2013-2016 年间年均增长 18%。

与 2015 年相比，平均每人每年

户外活动次数减少 6 次，主要原因是核心参与者参与次数减少，美国人参与传统铁人三项运动、非传统铁人三项运动、山地自行车运动、公路自行车运动、帆板运动的次数减少了。

从参与人数的角度来看，最受青少年儿童欢迎的户外活动仍然是跑步、骑自行车、钓鱼、露营和远足。从参与频率的角度来看，美国青少年儿童最喜爱的户外活动是跑步、骑自行车、钓鱼、滑板和露营。

美国青少年儿童的户外活动参与情况

2016 年，美国 6-24 岁的年青人群户外活动总次数达到 41 亿次，平均每人每年 83.8 次。

从参与人数来看，最受美国青少

年儿童欢迎的前 5 项户外活动分别是：

1、跑步、慢跑和小径跑步的参与人数达到 2030 万人，占美国该年龄段总人口的 25.3%；

2、骑自行车运动（包括公路自行车运动、山地自行车运动和小轮车运动）的参与人数达到 1820 万人，占美国该年龄段总人口的 22.6%；

3、钓鱼活动（包括淡水钓鱼、咸水钓鱼和飞蝇钓鱼）的参与人数达到 1560 万人，占美国该年龄段总人口的 19.5%；

4、露营活动（包括驾车露营、后院露营和房车露营）的参与人数达到 1530 万人，占美国该年龄段总人口的 19.0%；

5、远足活动的参与人数达到



1250 万人，占美国该年龄段总人口的 15.5%。

从参与频率来看，美国青少年儿童最喜爱的前 5 项户外活动分别是：

1、跑步、慢跑和小径跑步的参与次数总计达到 17 亿次，平均每人每年 81.3 次；

2、骑自行车运动（包括公路自行车运动、山地自行车运动和小轮车运动）的参与次数总计达到 11 亿次，平均每人每年 58 次；

3、钓鱼活动（包括淡水钓鱼、咸水钓鱼和飞蝇钓鱼）的参与次数总计达到 2.514 亿次，平均每人每年 16.1 次；

4、滑板运动的参与次数总计达到 2.122 亿次，平均每人每年 46.8 次；

5、露营活动（包括驾车露营、后院露营和房车露营）的参与次数总计达到 1.89 亿次，平均每人每年 12.4 次。

美国成年人的户外活动参与情况

2016 年，美国 25 岁及以上的成年人群户外活动总次数达到 69 亿次，平均每人每年 72.8 次。

从参与人数来看，最受美国成年人欢迎的前 5 项户外活动分别是：

1、跑步、慢跑和小径跑步的参与人数达到 3200 万人，占美国该年龄段总人口的 14.8%；

2、钓鱼活动（包括淡水钓鱼、咸水钓鱼和飞蝇钓鱼）的参与人数达到 3150 万人，占美国该年龄段总人口的 14.6%；

3、远足活动的参与人数达到 2970 万人，占美国该年龄段总人口的 13.7%；

4、骑自行车运动（包括公路自行车运动、山地自行车运动和小轮车运动）的参与人数达到 2770 万人，占美国该年龄段总人口的 12.8%；

5、露营活动（包括驾车露营、后院露营和房车露营）的参与人数达到 2520 万人，占美国该年龄段总人口的 11.7%。

从参与频率来看，美国成年人最喜爱的前 5 项户外活动分别是：

1、跑步、慢跑和小径跑步的参与次数总计达到 26 亿次，平均每人每年 81 次；

2、骑自行车运动（包括公路自

行车运动、山地自行车运动和小轮车运动）的参与次数总计达到 14 亿次，平均每人每年 76 次；

3、钓鱼活动的参与次数总计达到 6.279 亿次，平均每人每年 40.1 次；

4、远足活动的参与次数总计达到 4.453 亿次，平均每人每年 98.2 次；

5、野生动物观察活动的参与次数总计达到 3.846 亿次，平均每人每年 25.2 次；

2016年美国户外运动发展趋势

在最近几年中，划桨类运动非常受美国人欢迎，尤其是站立式滑水运动参与人数增长最快，最近 3 年的增长速度都排名榜首，2013-2016 年间年均增长 18%。同期，越野滑雪运动、小轮车运动和探险比赛活动的参与人数都有大幅增长。与 2015 年相比，2016 年小轮车运动参与人数增长 15%，远足活动、越野滑雪运动和特里马滑雪运动参与人数增长比例均超过 10%。

（来源：美国户外基金会 张曙光 编译）

英派斯 A 股成功上市！ 成为健身器材行业第一股

9月15日，青岛英派斯健康科技股份有限公司（股票简称“英派斯”，代码“002899”）成功登陆深圳中小板市场。

英派斯本次上市共发行 3000 万股新股，募集资金总额 4.82 亿元，将用于健身器材生产基地建设、研发中心建设、国内营销网络升级、健身器材连锁零售和国外营销网络建设五大项目。

过去三年间，英派斯始终保持良好的发展态势，业绩稳步增长。

2014 年至 2016 年度：

公司实现营业收入 6.90 亿元、7.31 亿元、7.79 亿元

实现净利润 7431.99 万元、7617.74 万元和 8518.96 万元

实力雄厚 行业标杆

英派斯技术研发力量雄厚，产品设计研发水平一直与国际接轨。公司与国家体育总局体育科学研究所等科研院所开展产学研合作，同时积极与海外研发机构保持合作。

公司先后被认定为“国家认定企业技术中心”、“国家火炬计划重点高新技术企业”。

英派斯多次参与固定式健身器材、室外健身器材、体育用品售后服务等行业标准的制定，是健身器材国家标准的主要起草单位之一。

精尖技术 深入海外

英派斯设立之初，以为国际知名健身器材品牌提供 OEM/ODM 服务起步，依托多年生产积累的经验以及合理的产线布局，目前已构建完善的



“多品类、小批次、高频次”的生产模式，通过打造“高品质、快速反应”柔性生产，满足海 OEM/ODM 客户生产订单需求。

2014 年至 2016 年度：

英派斯面向海外 OEM/ODM 客户的销售额分别达到 2.06 亿元、1.79 亿元和 2.72 亿元。

在满足国外 OEM/ODM 客户需求的同时，英派斯还积极开拓自主品牌健身器材业务，并获得成功。

2014 年至 2016 年度：

公司面向国外市场的自主品牌健身器材销售额分别达到 2.57 亿元、2.40 亿元和 2.46 亿元

如果加上国内以自主品牌销售的产品，英派斯自主品牌业务占比已达到总收入的 65% 至 75%，成为一家拥有自主品牌、在健身器材行业拥有影响力的知名企业。

用心耕耘 独具匠心

英派斯深谙用户需求，构建室内

外健身康体涉事产品体系，为健身俱乐部、星级酒店、军警部队、企事业单位以及家庭个人提供专业的健身康体设备及运动场地设施。

英派斯有氧训练器械融入互联网创新科技，将运动、娱乐、智能、分享有机结合。结合多项专利技术，使用寿命更长，更易维护，有效节省运营方成本。

英派斯力量训练器械拥有强大产品阵容，集人体工学设计、人性化细节设计和舒适使用体验于一体。无论是对钢架和零部件材质的选择，还是对运动轨迹的精微调试，处处都体现英派斯的匠心。

英派斯室外健身路径器械及运动场地设施不仅满足全民健身锻炼需求，更是城市人文景观建设不可或缺的重要组成部分。

山高路远，唯有精钻；正心诚意，守护匠心。英派斯秉承“让世界动起来”的企业使命，致力实现健康中国梦，成就健康之道！

重新定义跑步机：MINI WALK 彻底颠覆了健身器材行业的“三观”？

文 / 卞彬彬

新故相推，日生不滞；身材虽小，大有内涵。

2007年，乔布斯以“重新发明手机”的名义，在美国向世界展示了iPhone。十年以后，2017年9月26日，一场主题为“重新发明跑步机”的发布会，在杭州洲际酒店举行。中国品牌启迈斯，将向世界展示一款名为MINI WALK的全新跑步机产品。

启迈斯创始人刘志鹏、启迈斯COO刘志翔、华大运动COO马啸、鑫奥力创始人任杨杰等嘉宾到场，并在发布会上发表重要演讲。中国体育用品业联合会秘书长罗杰也应邀出席，并参与了“MINI WALK颠覆性创新对未来的启示”的圆桌环节。此外，近1000人发布会规模，超过50家知名媒体、10位网红大咖、10位微博达人出席发布会活动。

发布会当天的最大亮点，是在会上发布的MINI WALK新产品，这也是备受业内关注的焦点。MINI WALK是一款全新的超薄智能平板家用跑步机。区别于传统的跑步机，它具有超轻、超薄的外观工艺和超智能的技术内涵，它也开创了跑步机中一个新的细分品类——智能平板家用跑步机。

坚持技术创新和以人为本，是启迈斯进行产品科技创新的原则。从MINI WALK的“超轻超薄、智能平板”的特征描述中不难发现，它的技术创新，解决了人们在日常使用跑步机的过程中所面临的种种



实际问题：例如跑步机体积过大，摆放家中占据空间；跑步机过于笨重，难以移动；以及跑步机用手操控存在不便性和不智能的问题等。

从已公布的关键数据看来，资深的业内人士也对MINI WALK充满了好奇。MINI WALK的重量仅有25kg，不足传统跑步机的1/3；MINI WALK将产品的离地高度做到了10cm以内，打破了跑步机的最薄纪录；更重要的是MINI WALK的智能控速等跑步机领域最新技术。同时，这款产品更是齐集了2项发明专利、7项实用新型专利、2项外观专利于一身，被称为是中国首款超智能跑步机。

“重新发明跑步机”的发布会，也是启迈斯公司近年来的首次重大亮相。作为中国技术领先的跑步机，产品销量稳居全网类目前三。启迈斯公司成立于2003年，总部位于

杭州，是一家专注于运动健康领域，并集运动技术创新、产品综合研发、生产、营销、服务为一体的综合性企业。

在当天的发布会上，启迈斯还与华大运动举行独家战略合作签约仪式。这项合作也被看做是运动科学领域的一次强强联合。华大运动是华大基因集团旗下的运动健康应用机构。通过基因检测为用户提供定制化、科学化的运动解决方案。华大运动与启迈斯的联合，将继续致力践行基础研究，把科学技术力量转换成为真正推动人类健康发展的产品方案。

除了MINI WALK的发布、华大签约仪式之外，发布会当天还有运动健康领域的意见领袖和权威嘉宾，带来行业前瞻的演讲和分享。更多尖端科技的运动新品，提供给来宾进行现场体验。